

ANALISIS PENGARUH REPUTASI PENJUAL, KUALITAS INFORMASI DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SECARA ONLINE

Adryansyah¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor reputasi penjual, kualitas informasi dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian konsumen secara *online*. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari 200 responden yang pernah membeli produk secara *online* dalam satu bulan terakhir. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian dengan analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel reputasi penjual, kualitas informasi dan layanan purna jual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen secara *online*. Berdasarkan analisis keragaman terhadap reputasi penjual, terdapat perbedaan keragaman pada kelompok umur, pekerjaan terakhir dan situs tempat membeli produk secara *online*. Sementara itu tidak ditemukan perbedaan keragaman dalam variabel kualitas informasi, layanan purna jual dan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Perdagangan *Online*, Reputasi Penjual, Kualitas Informasi, Layanan Purna Jual, Keputusan Pembelian.

¹Mahasiswa Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

***ANALYSIS OF THE SELLER'S REPUTATION, INFORMATION QUALITY AND
AFTER SALES SERVICE INFLUENCES ON CUSTOMER ONLINE PURCHASE
DECISION***

Adryansyah

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the influence of seller's reputation, information quality and after sales service on the online purchase decision. This research uses primary data from 200 respondents who had bought product on online shop. The data were collected through questionnaires using purposive sampling technique. The results which were analyzed by using simple linear regression showed that seller's reputation, information quality and after sales service have a positive and significant influence on costumer online purchase decision. Based on the analysis of the diversity of the seller's reputation variables, the analysis shows there are differences in the group of age, occupation and the website to buy the product. Meanwhile, there are no differences in all of group on information quality, after sales service and purchase decision.

Keywords: online shopping, seller's reputation, information quality, after sales service